“5W”视域下传统媒体与新媒体的比较及耦合建议

虞淳智　丁福兴

（苏州科技大学 社会发展与公共管理学院，江苏 苏州 215009）

摘　要：现代新媒体的蓬勃发展对纸质媒体形成冲击，传统媒体与新媒体相互融合、互促发展的趋势显现。本文基于“5W”视域传播模式对传统纸质媒体与现代新媒体的发展现状进行比较分析。探究表明传统媒体和新媒体在特定领域均具有独特优势和不可替代性，但在内容形式、创新意识、体制机制等方面仍面临发展窘境，二者的耦合机制和互促发展的对策设想可从技术创新、思想重塑及多重媒介之间的融合中寻找突破点。

关键词：“5W”；传统媒介；新媒体；媒体融合；5G 时代　　**中图分类号：**G206　　**文献标识码：**A

文章编号：1671-0134（2021）05-052-03　　**DOI：**10.19483/j.cnki.11-4653/n.2021.05.015

本文著录格式：虞淳智，丁福兴．“5W”视域下传统媒介与新媒体的比较及耦合建议 [J]. 中国传媒科技，2021（05）：52-54.

相比于日趋居上的新媒体，传统媒体因其版面篇幅约束力强、信息传播时空限制大、与读者的双向互动反馈机制缺失等因素面临前所未有的挑战。新媒体作为现代媒介显现出独特优势，同时暴露出内容产出质量良莠不齐、碎片化阅读模式导致信息传播效果甚微等问题。要实现传统媒体的长期可持续发展，须利用传统媒介与新媒体的耦合机制实现二者的互促发展。所以，关于传统媒体与新媒体发展现状的比较和发展窘境的探析对探究传统媒介与新媒体的融合具有重要意义。

1. 传统纸质媒体与现代新媒体的发展现状比较

1.1　媒介具体形态及传播内容

传统纸质媒体篇幅和版面相对固定，报道内容重点突出，详略得当，版面设定清晰，符合人们阅读习惯。传统纸媒报社通常由强大、专业的采编团队构成，拥有从采访到新闻内容撰写修订再到篇幅排版的一条龙产业链模式，体现不可替代的团队专业性和产出内容的优质性，彰显纸质媒体社会价值和文化底蕴，在信息快速传播的时代延续成一股清流，给读者带来良好的阅读体验。

现代新媒体信息的传播因其传播途径的多元化和传播渠道的开放性，具有实效性和全面性，顺应当今 5G 时代读者快节奏捕捉信息的趋势。新媒体资讯极易成为广大纸质媒体同行的第一手资料，成为读者获得新闻资讯的第一主战场。其短小精悍的篇幅与人们“浅阅读”和“快餐式阅读”的欲求不谋而合，针对单一新闻要素的全方位多角度报道同样为读者对新闻事件的理解提供了前所未有的广度和深度。

1.2　媒介社会地位及发展前景

传统纸质媒体由于具备固定且完备的社会资源，备受专业学术人士青睐。其内容表达方面更具有话语权和主动性，与社会主义核心价值观紧紧环扣，带给读者审美体验和高质量新闻内容的同时，同样起到舆论引导的作用，具有意识形态领域的不可替代性。

现代新媒体风格独特别致，传播的媒介种类及表达方式多样。5G 时代技术带来的“万物皆互联”、瞬息万变的媒体内容和日趋广泛的媒体受众群体赋予现代新媒体新的生产力和前途无量的发展潜力，现代新媒体势必成为社会新闻传播的新生力量，作为冉冉升起的大众媒体代表普惠于民。

1.3　媒体受众群体及传播效应

传统纸质媒体受众群体相对固定，相对于新媒体具有较大的读者基础，用户黏性也比较强。纸质媒体传达的信息往往是铿锵有力的同质化、深层化内容，统一采用“自上而下”的议程设置方式，使读者在阅读的过程中更能清晰明了地把握重点。

现代新媒体受众群体范围广泛，媒体的受众指向性明确，实现了自身独特优势的体现和标志性特征的树立。现代新媒体跳出了“单向传播”的泥潭，通过评论留言等功能实现了传播媒介与读者的主客体双向互动，在平台发展中树立了用户思维和服务思维，引导读者积极参与评论和互动，实现“新闻 + 政务 + 服务”的新平台模式，在提高自身访问率、阅读量的同时，也提升了读者的平台体验。[1]

2.“5W”视域下传统纸质媒体与新媒体的发展困境分析

2.1　问题分析框架

“5W 模式”是美国学者哈罗德．拉斯韦尔（Harold Lasswell）1948 年在《传播在社会中的结构与功能》中提出的，他厘清了传播构成要素和传播活动的基本过程：Who（主体）—What（内容）—Which Channel（媒介）—To Whom（客体）—With What Effect（效果），在传播界被称为“5W”传播模式。[2]

目前国内基于“5W”模式对传统纸质媒体与现代新媒体各自困境的分析及二者耦合机制成果的探究还不够

丰富，理论与实践的结合还不够紧密。本文基于“5W”视域，针对传统纸质媒体与现代新媒体的发展瓶颈进行系统深入的比较分析，并提出破解之道。

2.2 发展困境举隅

2.2.1 传播主体

传统纸质媒体新闻工作者普遍基本职业素养较高，传播专业知识过硬，但是由于在短时间内纸质媒体行业无法直接受益于新媒体领域的新兴技术革新，新闻工作者面临失业危机和自我认同危机。现代传媒市场延续着快节奏信息传播的热潮，传统纸媒工作者依旧遵从于团队执行力和“上传下达”式工作运作模式。报社、出版社逐渐归属为“夕阳产业”，劳动者的劳动时间和劳动报酬不成正比，新媒体人才市场对人力资源的强大吸引力也使得传统纸质媒体从业人员面临职业危机并欲转行，传统纸质媒体行业出现严重的人才缺口。

现代新媒体行业虽然受到5G技术的支持和众多复合人才的追捧，但值得注意的是，由于现代新媒体从业门槛较低，从业人员及自媒体运营者的职业操守和素养能力水平参差不齐，专业知识和团队意识并不全面，在新闻报道和信息发布的过程中片面性和主观色彩的问题不容小觑。

2.2.2 传播内容

传统纸媒的新闻事件报道拥有固定且可信度较高的新闻来源渠道，始终奉行“内容为王”的原则，惯性思维也使得很多情境下传统媒体无法较好服务于受众，单一模块化的纸质媒体写作模式给读者带来审美疲劳。

现代新媒体虽然为用户提供了海量信息，实现了读者对信息的直接检索。但新闻事件内容发布门槛较低，缺乏专业人士把关，官方审核力度较弱，文章的真实性和可靠性缺乏考证。新媒体的出现虽然为信息的实时、高效、精准投放和“文字、音频、视频”三维的表现形式提供产出环境，也成了广告泛滥和炒作营销的滋生地，一定程度上污化了纯净的媒体环境，影响观众订阅体验，使读者阅读黏性下降。

2.2.3 传播媒介

纸质媒体传播形式局限于二维空间，以纸质报刊的形式存在，产品呈现始终局限在一个平面里。同时由于信息来源渠道单一，与多平台并行的互动机制较弱，媒介边缘化趋势显现。

新媒体涵盖纸质传播媒体所有的表现形态，传播形式灵活，产品呈现形态和方式多样，拥有音频、视频、动画、语言和大数据服务等多种表现方式。但不可否认的是，传播媒介泛滥且缺乏把关，存在运营风险，造成观众选择困难和意识形态误导。

2.2.4 传播受众

传统媒体的读者主要局限于特定人群，受众群体小。传统媒体的传播遵循单向线性的特点，但大众追求的信息自我满足越来越趋向于个性化，一定程度上加剧了主流媒体受众群体减少的局面。

新媒体受众广泛，但由于新媒体信息来源渠道多元，易使读者丧失对某一特定媒体的相对黏性与依赖性，受众群体的数量也随着新闻事件和报道热度上下波动。

2.2.5 传播效果

传统纸质媒体在信息传递的效率方面存在巨大缺口，对读者的吸引力逐渐下降，难以与读者进行及时的互动与反馈。

在现代庞大数据平台的支持下，新媒体个性化推荐机制会根据受众的兴趣和需求，给受众推荐他们感兴趣的信息，屏蔽掉他们不感兴趣的信息，这就使受众失去了探索未知的机会，无法拓宽自己的视野，陷入信息茧房。现代新媒体传播以碎片化信息为主，不可避免地存在浅阅读带来的阅读认知和阅读空虚。同时新闻失范的现象层出不穷，媒体公信力也不断下降。

3. 传统纸质媒体与新媒体的耦合机制及互促发展建议

无论是传统纸质媒体还是现代新媒体都包含不可忽视的优势和发展瓶颈，对二者的耦合机制探索和互促发展策略才是媒体发展历程的“下半场”。

万物皆媒，传统报业与新媒体必须有强烈的融合意识和互促发展意识，以5G媒体环境为融合背景，以先进技术为创新手段，以媒介拓展为耦合依托，构建顺应时代发展和社会主义意识形态的融合出路选择，形成多维度立体化传播格局，转变现阶段媒体的发展僵局，迸发出新的生机与活力。

3.1 新旧媒体耦合的必要性与可行性

传统媒体具备的丰富媒体历史底蕴和专业工作经验，反观新媒体发展的历程，虽然在传播内容和实效性方面居于上风，但在新闻内容质量、大数据统筹把握方面往往存在缺欠，逐步放低的新媒体门槛也使得虚假信息散布，迷惑受众双眼，导致媒体的职能定位和大众媒体的责任偏失。对于传统媒体与新媒体的融合，二者可积极互补，实现整体工作水平的提升，错误舆论导向的减少，正能量的积极传播也可同时实现。

3.2 耦合机制的内在本质

对于传统媒体与新媒体融合来说，二者的融合本质上是技术、思想、多重媒介之间的融合。[3] 技术的融合是指现代传播技术与传播手段真切应用于传统纸媒的传播生产体系，实现纸质媒体从内容到形式的飞跃。思想的融合是指纸质媒体在面对繁杂的信息和意识形态压力的同时，要正确把握舆论导向。多重媒介之间的融合是指纸质媒体与新媒体在传播媒介和途径上融合的同时体现着传播无处不在的优越性，鉴于5G技术的成熟和融媒体环境，媒介将真正融入人们的生活。

3.3 耦合机制的路径选择

3.3.1 新闻内容与多维体验的融通

传统纸质媒体从业人员具备专业的素养和团队的协作能力，从多方信息的收集、整理到编排、出版实现了新闻产品从广度到深度的飞跃。但其传播方式形式单一，传播形式灵活性和维度性较差。新媒体的从业人员普遍由年轻人组成，对文章内容和结构的感知力更活泼，顺应年轻人思维特征，报道新闻事件的形式也呈现多元化特点。在新媒体大背景下，传统纸质媒体要全方位、多角度地进行新闻事件报道，开辟多种传播途径。除了传统意义上的“以文传意”之外，音频、视频、访谈录、博主直播等新兴渠道也是信息发布和内容输出的渠道。在固定时段官方信息发布的基础上，通过官方微信公众号、微博、抖音直播等高效的网络资源进行信息传播，利用新闻中的热点事件来引出社会问题，在潜移默化中对读者进行思想教化和文化熏陶。

以新华社为例，其传统媒体时政新闻领域保留原有资深团队，、微博团队核心成员、都是熟悉互联网和具备新媒体素养的中青年，同时加强新媒体培训和专业职业素养训练，取长补短，力争传播效益最大化。对不同领域不同技术人员的配比加强了对于信息的发布策略和话语策略，使读者和观众感受到了来自传统媒体不同以往的传播力和影响力，改变了对传统媒体风格死板严肃的刻板印象。[4]

3.3.2 社会资源与新兴技术的合作

传统纸质媒体与新媒体要挖掘自身资金、信息、社会影响力等优势，建立新旧媒体交融的媒体产业链条和多产业支撑的企业集团，实现社会资源的最大化合作发展、互促互进。移动直播、VR 技术、H5、短视频等新媒体产品的涌现在丰富用户的感官体验和阅读体验的同时，更让优质新闻内容通过更多先进技术和表现方式全方位、立体化呈现。

“人机结合”的创作方式将传统媒体传播内容的优质性和传播速度的时空突破性完美结合，融媒体时代，传统媒体和现代新媒体应在延续自身优势的基础上将“人＋AI＋5G＋VR”技术体系作为未来传统媒体与新媒体融合的依托。山东广播电视台与中国联通集团签署业务合作协议，在互联网领域积极布局，发挥 5G 领域信息技术融合优势，通过 AI＋VR＋4K 的全方位信息赋值功能，共建“5G＋”媒体融合生态链，开创了 5G 媒体产业新未来。[5] 南京广播电视台与南京电信签订战略合作协议，共同构建“网络+手机、移动终端+移动办公”模式，建设推广电子商务平台“淘南京”，借此打造集生活服务、智能社区服务、电子商务于一体的智慧城市互动平台。[6]

3.3 .3 思想观念和营销手段的结合

相比于新媒体视频生动传神的表现形式，文字显得相形见绌。单一的媒体来源和群众阅读习惯易形成思维惯性和阅读的“信息茧房”，不同领域的新闻媒体相互融合，在官方媒体的范畴之下设置不同内容的专题板块，为读者提供多元化信息，可满足读者的个性化需求。在推送时政热点新闻事件的同时，同步推送娱乐新闻、体育资讯等，让读者跳出信息自主摄入的舒适圈，摆脱“信息茧房”的枷锁。[7] 通过扩大媒体的群众影响力，开通媒体客户端、官方微信公众号、设置线上留言互动、开辟视频弹幕功能，实现与观众的双向互动，充分实现平台价值，集中一切力量实现品牌效应，打造高端媒体平台。

传统媒体要跳出传统思维禁锢，应在创新经营管理机制上下功夫，借鉴和探索新媒体的经营模式理念和网络营销技术手段，构建与社会市场接轨的多元化融合，开发经营管理机制，探求传统媒体与新媒体组合运营、整合营销、联合传播的多元化经营模式。媒

参考文献

[1] 张家界市广播电视台 . 张家界市广播电视台 2020 年度社会责任报告 [N]. 张家界日报，2021-01-28（007）.

[2][美] 哈罗德·拉斯韦尔 . 社会传播的结构与功能 [M]. 何道宽，译 . 北京：中国传媒大学出版社，2017.

[3] 唐颖楠 . 传统媒体与新媒体融合的现状与出路研究 [J]. 传媒论坛，2021，4（02）：1-2.

[4] 陈家坚 . 从“全媒”到“融媒”——城市电视台记者转型路径探析 [J]. 视听，2021（01）：194-195.

[5] 廖祥忠 . 从媒体融合到融合媒体：电视人的抉择与进路 [J]. 现代传播（中国传媒大学学报），2020，42（01）：1-7.

[6] 石婧红 . 融媒体时代：忧于固守 乐于融合 [J]. 中国广播电视学刊，2014（06）：92-93.

[7] 李佳培，徐青青 . 从 5W 模式看人工智能时代新闻业面临的挑战及对策 [J]. 传播力研究，2020，4（24）：26-27.

作者简介：虞淳智（2001-），女，辽宁鞍山，本科生，研究方向：新闻与传播学；丁福兴（1972-），男，湖北荆门，副教授，管理学博士，研究方向：公共管理与政策。

（责任编辑：张晓婧）